

1. HISTÓRICO DA CRIAÇÃO E COMPETÊNCIAS**Legislação Atualizada e Síntese das Competências**

A Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal - SECOM, criada por meio do Decreto nº 38.116, de 06 de abril de 2017, com estrutura alterada pelos Decretos nº 38.394, de 07 de agosto de 2017, nº 38.791, de 29 de dezembro de 2017, teve seu regimento interno aprovado por meio do Decreto nº 39.295, de 20 de agosto de 2018, tem atuação e competência nas áreas de publicidade governamental, campanhas educativas e de interesse público, constituindo-se no órgão central do sistema de comunicação social do Governo do Distrito Federal, no que concerne a relações públicas, imprensa e atividades de comunicação social.

Nos termos da legislação vigente, compete à Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal:

- I - Planejar, coordenar e executar a política de comunicação do Governo;
- II - Executar a publicidade governamental e campanhas educativas e de interesse público da Administração Direta do Governo;
- III - Implementar o relacionamento do governo com os órgãos de comunicação;
- IV - Realizar atividades de relações públicas do Governo.

Cabe ainda à SECOM, produzir e divulgar o conteúdo informativo institucional do Governo do Distrito Federal, cumprindo a missão de fazer da comunicação um instrumento de cidadania.

Nesse sentido, tem-se como atribuições da Secretaria promover o acesso da população às informações de todas as ações de governo, prestando contas da gestão administrativa do Governo do Distrito Federal, além de conferir excelência e garantir transparência aos atos da Administração Pública, visando contribuir para democratizar a comunicação do Distrito Federal.

Como forma de aproximar o Estado do cidadão, trazendo mais transparência e credibilidade às ações governamentais, realiza a publicação dos atos, programas, obras, serviços e ações desenvolvidas por meio dos órgãos e entidades da Administração Pública do GDF, permitindo, assim, o cumprimento de políticas públicas em diversos segmentos de atuação do Estado, como levar ao conhecimento dos cidadãos ações sobre saúde, meio ambiente, educação, ciência, tecnologia, inovação, esporte, cultura, turismo, lazer, segurança, desenvolvimento econômico, desenvolvimento rural, desenvolvimento urbano, abastecimento, habitação, infraestrutura, transporte, trabalho, direitos humanos, cidadania, justiça, juventude e relações internacionais e institucionais.

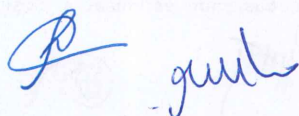
Por fim, para atendimento das demandas dos Órgãos da Administração Direta e visando garantir a transparência de seus atos, a SECOM editou a Instrução Normativa nº 01, de 07 de fevereiro de 2019, publicada no DODF nº 28, de 08 de fevereiro de 2019, alterada pela Instrução Normativa nº 02, de 22 de maio de 2019 (DODF 95 de 22/05/2019) e Instrução Normativa nº 1, de 08 de janeiro de 2020 (DODF 07 de 10/01/2020), que estabeleceu o Plano Anual de Publicidade para o ano de 2019 e instituiu a Portaria nº 9, de 01 de abril de 2019, publicada no DODF nº 61, de 01 de abril de 2019, que aprova e disciplina os Procedimentos de Seleção Interna das Agências de Propaganda, contratadas para a execução das ações de publicidade governamental.

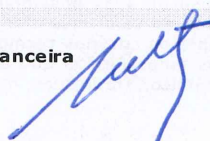
FORÇA DE TRABALHO

Servidores	Atividade-Meio (Com cargo em comissão)	Atividade-Fim (Com cargo em comissão)	Atividade-Meio (Sem cargo em comissão)	Atividade-Fim (Sem cargo em comissão)	Total
Efetivos do GDF	9	3	4	1	17
Comissionados sem vínculo efetivo	22	75			97
Requisitados de órgãos do GDF	11	2			13
Requisitados de órgãos fora do GDF					
Estagiários			2	2	4
Menor Aprendiz/Projeto Jovem Candango					
Terceirizados (FUNAP)					
Outros - especificar					
Subtotal	42	80	6		131
(-) Cedidos para outros órgãos			3		3
Total Geral	42	80	3		128

2. REALIZAÇÕES POR PROGRAMA**6203 - GESTÃO PARA RESULTADOS**

Execução Orçamentária e Financeira






Ação/Subtítulo	Lei	Despesa Autorizada	Empenhado	Liquidado
4088 - CAPACITAÇÃO DE SERVIDORES	49100,0	0,00	0	0
0007 - CAPACITAÇÃO DE SERVIDORES-DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO-DISTRITO FEDERAL	49100,0	0,00	0	0
6057 - REALIZAÇÃO DE ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	13000000,0	1,00	0	0
0001 - REALIZAÇÃO DE ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL-REALIZAÇÃO DE ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL-DISTRITO FEDERAL	1000000,0	0,0	0	0
0002 - REALIZAÇÃO DE ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL-SOLUÇÕES DE COMUNICAÇÃO DIGITAL-DISTRITO FEDERAL	12000000,0	1,00	0	0
8505 - PUBLICIDADE E PROPAGANDA	43868567,0	87677278,00	87636631,99	65593184,24
0002 - PUBLICIDADE E PROPAGANDA-PUBLICIDADE E PROPAGANDA-INSTITUCIONAL-DISTRITO FEDERAL	24923729,0	68797278,00	68763066,33	49417315,68
0004 - PUBLICIDADE E PROPAGANDA-PUBLICIDADE E PROPAGANDA-UTILIDADE PÚBLICA-DISTRITO FEDERAL	18944838,0	18880000,00	18873565,66	16175868,56
TOTAL - 6203 - GESTÃO PARA RESULTADOS	56917667,00	87677279,00	87636631,99	65593184,24

A Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal - SECOM-DF dentro de suas competências legais é responsável pela coordenação e realização de ações publicitárias institucionais e de utilidade pública da Administração Direta do Governo do Distrito Federal. Dentro do programa institucional tem-se as modalidades Institucional/Governamental e Institucional/Legal.

A publicidade Institucional/Governamental destina-se a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo do Distrito Federal, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas. Nessa modalidade foram veiculadas 07 (sete) campanhas, quais sejam: SOS-DF, BALANÇO 100 DIAS, PRESTAÇÃO DE CONTAS I, PRESTAÇÃO DE CONTAS II, EDIÇÃO DE VÍDEO PROMOCIONAL DE BRASÍLIA COMO DESTINO TURÍSTICO, REEDIÇÃO DO VÍDEO PROMOCIONAL DE BRASÍLIA COMO DESTINO TURÍSTICO com inclusão de legendas em inglês e PRODUÇÃO DO LIVRO BRASÍLIA VISTA DO CÉU.

A publicidade Institucional/Legal, destina-se a publicações de matérias em jornais de grande circulação e no Diário Oficial da União e corresponde a divulgação de balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações de interesses dos órgãos e entidades do Poder Executivo do Distrito Federal, com o objetivo de atender a prescrições legais.

A publicidade de Utilidade Pública destina-se a divulgar temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, objetivando informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos. A SECOM, no âmbito da publicidade de interesse público, veiculou 11 (onze) campanhas: IPVA-2019, SEGURANÇA NO CARNAVAL, IPTU-2019, DENGUE, NOTA DE UTILIDADE PÚBLICA, FEMINICÍDIO, PREVENÇÃO DE INCÊNDIOS, CONSELHEIROS TUTELARES, NOTA LEGAL, MATRÍCULAS 2020 E COLETA DE LIXO.

Por fim, com o objetivo de normatizar e supervisionar o uso das marcas e assinaturas dos órgãos integrantes da Administração Direta do Governo do Distrito Federal, a SECOM também é responsável pela aprovação e desenvolvimentos de layouts publicitários para prestação de informações importantes à população do Distrito Federal.

Indicadores de Desempenho por Programa de Governo

Indicador	Unidade	Índice mais recente	Apurado	Periodicidade	Desejado 1º Ano	Alcançado 1º Ano	Desejado 2º Ano	Alcançado 2º Ano	Desejado 3º Ano	Alcançado 3º Ano	Fonte		
1455 - TAXA DE EFETIVIDADE DA DIVULGAÇÃO DAS AÇÕES, ATOS, FATOS E POLÍTICAS PÚBLICAS	%	100	31/12/2014	ANUAL	100	100	100	100	78,62	64,15	65,26	65,82	SECOM/ UO 15101 / OE 6
<p>Justificativa: 2016 - A ausência de tecnologia suficiente para aferir todos os meios propostos em um plano de mídia impossibilitou o alcance dos resultados pretendidos. Os meios aferidos são: rádio, jornal, revista, televisão, possibilitando variações conforme o público selecionado. As avaliações mudam conforme os sistemas utilizados para aferir os resultados. Existem variações que podem alterar os resultados, como: período de exposição da mensagem, falhas técnicas, falhas na programação e situações adversas.</p> <p>2017 - A ausência de tecnologia suficiente para aferir todos os veículos em um plano de mídia impossibilitou o alcance dos resultados pretendidos. Os meios aferidos são: rádio, jornal, revista, televisão, entre outros, possibilitando variações conforme o público selecionado. As avaliações mudam conforme os sistemas utilizados para aferir os resultados. Existem variações que podem alterar os resultados, como: período de exposição da mensagem, falhas técnicas, falhas na programação e situações adversas.</p> <p>2018 - A ausência de tecnologia suficiente para aferir todos os veículos que compõem meios propostos em um plano de mídia impossibilita a medição exata dos resultados pretendidos. Executar as ações planejadas e atingir 100% do público alvo de cada ação é a expectativa de uma meta a ser atingida, o cenário perfeito. Mas dentro do universo de avaliação de alcance da publicidade em meios aferidos pelas áreas técnicas, o índice de 70% já é considerado eficaz e ideal a ser alcançado.</p> <p>2019 - Executar as ações planejadas e atingir 100% do público alvo é a expectativa de uma meta a ser atingida, mas dentro do universo de avaliação de alcance da publicidade em meios aferidos pelas áreas técnicas, o índice de 70% é considerado eficaz e ideal a ser alcançado. Os planos de mídia contemplaram diversos meios de comunicação (internet, jornal, rádio, mídia exterior), no entanto o meio aferido no período, conforme disponibilidade de tecnologias foi a TV, ocasionando variações por público.</p>													

A ausência de tecnologia suficiente para aferir todos os veículos que compõem os meios propostos no plano de mídia impossibilita a mensuração exata dos resultados. Dessa forma, o meio de aferição utilizado no período, conforme disponibilidade de tecnologias, foi a televisão, possibilitando variações de acordo com o público selecionado. Ou seja, se fossem considerados os diversos meios de comunicação contemplados nos planos de mídia (internet, jornal, rádio, mídia exterior), o alcance e cobertura das campanhas realizadas atingiriam um percentual maior. No entanto para mensurar os resultados de alcance e de cobertura, levou-se em consideração apenas as veiculações realizadas por meio de televisão. As avaliações mudam conforme os sistemas utilizados para medir os resultados. Existem variações que podem alterá-los, tais como: período de exposição da mensagem, falhas técnicas, falhas na programação e situações adversas. Para atingir as metas previstas na realização de publicidade, seria necessário dispor de um orçamento considerável para investimento em testes e pesquisas para uma visão mais precisa de suas possibilidades de retorno, o que geraria mais custos para a realização das campanhas. A eficiência da publicidade é proporcional ao valor investido. Assim, quanto maior o investimento, maior é a exposição da propaganda e mais eficiente ela será, considerando sempre os critérios técnicos para a escolha dos meios. Ao elaborarmos o Plano Anual de Publicidade, tendo por base as demandas encaminhadas pelos órgãos que compõem a Administração Direta do Governo do Distrito Federal - GDF, buscamos difundir informações de interesse público, traduzidas nas ações das diversas áreas do governo, buscando estimular a participação da

Julio

de

Inty

60M

sociedade no debate que leve ao aprimoramento das políticas de investimento público. Executar, portanto, todas as ações planejadas e atingir 100% do público alvo de cada ação é a expectativa de uma meta a ser atingida, o cenário perfeito. Mas, dentro do universo de avaliação de alcance da publicidade em meios aferidos pelas áreas técnicas, o índice de 70% já é considerado eficaz e ideal a ser alcançado. Individualmente, em algumas campanhas, tais como: Prestação de Contas II, o índice apurado chegou a 92% de alcance de cobertura; em Balanço 100 dias, o índice apurado atingiu 88,46% de alcance de cobertura, apenas na TV. Em determinadas campanhas, os índices tendem a baixar pelo valor investido nos meios considerando a peculiaridade de cada um, chegando a 34% de cobertura, devido à especificidade da campanha e a estratégia da mesma, muitas vezes há a necessidade de utilização de veículos que não são auditados. Atualmente, a forma de se mensurar a publicidade é por meio do Relatório de Análise de Resultados (Pós-venda) encaminhado pelas agências de publicidade que prestam serviço ao GDF. O relatório é composto por informações de diversos meios, levando em consideração as métricas, como: nº de impactos, alcance, frequência, entre outras. Com esses dados os índices finais são apresentados pelas agências.

0001 - PROGRAMA PARA OPERAÇÃO ESPECIAL

Execução Orçamentária e Financeira

Ação/Subtítulo	Lei	Despesa Autorizada	Empenhado	Liquidado
9041 - CONVERSÃO DE LICENÇA PRÊMIO EM PECÚNIA	631000,0	231707,00	32615,99	32615,99
0015 - CONVERSÃO DE LICENÇA PRÊMIO EM PECÚNIA-SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO-DISTRITO FEDERAL	631000,0	231707,00	32615,99	32615,99
9050 - RESSARCIMENTOS, INDENIZAÇÕES E RESTITUIÇÕES	915000,0	1159000,00	969122,15	969122,15
0004 - RESSARCIMENTOS, INDENIZAÇÕES E RESTITUIÇÕES-RESSARCIMENTOS, INDENIZAÇÕES E RESTITUIÇÕES-DISTRITO FEDERAL	915000,0	1159000,00	969122,15	969122,15
TOTAL - 0001 - PROGRAMA PARA OPERAÇÃO ESPECIAL	1546000,00	1390707,00	1001738,14	1001738,14

No exercício de 2019, foram cumpridas obrigações com ressarcimento salarial à 01 (uma) servidora requisitada da Companhia de Saneamento Ambiental do Distrito Federal – CAESB, acerto de contas de servidores exonerados e pagamentos de duas parcelas referentes à conversão de Licença Prêmio em pecúnia para três servidoras aposentadas da SECOM.

6003 - GESTÃO, MANUTENÇÃO E SERVIÇOS AO ESTADO - GESTÃO PÚBLICA

Execução Orçamentária e Financeira

Ação/Subtítulo	Lei	Despesa Autorizada	Empenhado	Liquidado
8502 - ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAL	13943047,0	13699047,00	11160122,71	11160122,71
0011 - ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAL-ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAL--DISTRITO FEDERAL	13943047,0	13699047,00	11160122,71	11160122,71
8504 - CONCESSÃO DE BENEFÍCIOS A SERVIDORES	697190,0	697190,00	507553,40	507553,40
0008 - CONCESSÃO DE BENEFÍCIOS A SERVIDORES-CONCESSÃO DE BENEFÍCIOS A SERVIDORES-DISTRITO FEDERAL	697190,0	697190,00	507553,40	507553,40
8517 - MANUTENÇÃO DE SERVIÇOS ADMINISTRATIVOS GERAIS	1251000,0	50177,00	39367,55	38182,69
0018 - MANUTENÇÃO DE SERVIÇOS ADMINISTRATIVOS GERAIS-MANUTENÇÃO DE SERVIÇOS ADMINISTRATIVOS GERAIS-DISTRITO FEDERAL	1251000,0	50177,00	39367,55	38182,69
1471 - MODERNIZAÇÃO DE SISTEMA DE INFORMAÇÃO	120000,0	93600,00	0	0
0013 - MODERNIZAÇÃO DE SISTEMA DE INFORMAÇÃO-MODERNIZAÇÃO DE SISTEMA DE INFORMAÇÃO-DISTRITO FEDERAL	120000,0	93600,00	0	0
2557 - GESTÃO DA INFORMAÇÃO E DOS SISTEMAS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	700000,0	112723,00	106756,75	105298,77
0006 - GESTÃO DA INFORMAÇÃO E DOS SISTEMAS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO-GESTÃO DA INFORMAÇÃO E DOS SISTEMAS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO-DISTRITO FEDERAL	700000,0	112723,00	106756,75	105298,77
TOTAL - 6003 - GESTÃO, MANUTENÇÃO E SERVIÇOS AO ESTADO - GESTÃO PÚBLICA	16711237,00	14652737,00	11813800,41	11811157,57

No âmbito de suas competências de gestão administrativa, a SECOM, mesmo diante da carência orçamentária no que tange a material permanente, conseguiu manter a contendo as metas da Secretaria e cumpriu com todas as obrigações de caráter obrigatório e discricionário.

No decorrer do exercício foram mantidos 13 (treze) contratos administrativos, adquiridos materiais de consumo, deflagradas licitações para contratação de serviços de publicidade e de comunicação digital. Também, foi dado prosseguimento à concorrência nº 01/2018, que tem por objeto a contratação de serviços de publicidade para a TERRACAP e suas subsidiárias, conforme termo de Cooperação nº 02/2018, celebrado em 28 de fevereiro de 2018, publicado no DODF, nº 43 de 05 de março de 2018.

3. INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES

Realizações extraordinárias.

Não ocorreram realizações extraordinárias.

4. DIAGNÓSTICO DO DESENVOLVIMENTO DA UNIDADE

[Handwritten signatures and initials in blue ink, including names like 'Luz', 'Jorge', and 'Yper'.]

Análise das realizações, dificuldades encontradas e perspectivas para o próximo exercício.

As ações desenvolvidas pela SECOM, em 2019, procuraram cumprir a programação orçamentária e financeira estabelecida para o exercício, bem como o Plano Anual de Publicidade de 2019 que contemplou as ações de publicidade executadas pelas agências de publicidade e propaganda que atendem o governo, reunindo as demandas das Secretarias de Estado que compõem a Administração Direta do Governo do Distrito Federal (GDF).

Como 2019 foi o primeiro ano de governo, houve a necessidade de adequação à realidade atual para o cumprimento das campanhas publicitárias.

As perspectivas para o ano 2020 são de que a SECOM-DF possa desempenhar suas atribuições com eficácia e eficiência, realizando suas atividades programadas para o exercício, tanto nas questões administrativas como orçamentárias, atendendo as demandas internas e na atividade fim, prestando contas das ações governamentais para a população do Distrito Federal.

Identificação dos Responsáveis

RESPONSÁVEIS PELA ELABORAÇÃO:

Agente de Planejamento: ROSILETE DA GRACA PINHEIRO PEREIRA

Telefone: (00)33339-6126 e-mail de contato: letepinheiro@hotmail.com

Assinatura: _____

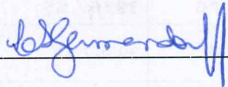


RESPONSÁVEIS PELA ELABORAÇÃO:

Agente de Planejamento: LUCIANE SEHABER GERMENDORFF

Telefone: (61)3961-4584 e-mail de contato: luciane.germendorff@buriti.df.gov.br;lucianesehaber@hotmail.com

Assinatura: _____

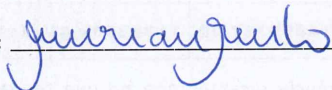


RESPONSÁVEIS PELA ELABORAÇÃO:

Agente de Planejamento: MIRIAM GOMES DE MELO

Telefone: (61)3961-4584 e-mail de contato: miriam.melo@buriti.df.gov.br

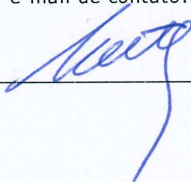
Assinatura: _____



Nome do Titular da Unidade Orçamentária: WELIGTON LUIZ MORAES

Telefone: (61)3961-1535 e-mail de contato: weligton.moraes@uol.com.br

Assinatura: _____



Nome do Ordenador de Despesas da Unidade Orçamentária: ADEVAGNER BEZERRA

Telefone: (61) 3961-4509 e-mail de contato: adevagner@gmail.com

Assinatura: _____

